

# *Plan de promoción turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas*

## *A tourism promotion plan for the canton San Lorenzo del Pailón, Esmeraldas province*

Tatiana Lissette Chuquizala-Kohls<sup>1</sup>, Bertha Cecilia Jaramillo-Moreno<sup>1</sup>

✉ : [bcjaramillo@uce.edu.ec](mailto:bcjaramillo@uce.edu.ec)

*<sup>1</sup> Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Agrícolas, Carrera de Turismo Ecológico. Jerónimo Leiton y Av. La Gasca s/n, Ciudadela Universitaria. Quito. 170521. Ecuador. [bcjaramillo@uce.edu.ec](mailto:bcjaramillo@uce.edu.ec)*

### **Resumen**

El objetivo principal de la investigación fue diseñar un plan de promoción turística para el Cantón San Lorenzo del Pailón, Provincia de Esmeraldas, que favorezca una mayor afluencia de turistas y mejorar la calidad de vida de los pobladores. El Cantón posee una riqueza natural y cultural de significativa importancia, por ello, primero, se elaboraron las fichas de inventario de atractivos del Ministerio de Turismo, para identificar los lugares con mayor potencialidad para las actividades turísticas. Se evidenció que en el cantón se pueden realizar actividades turísticas, pero los pobladores no han sabido aprovechar los recursos que les ofrece la naturaleza, limitando que se posicione como un referente turístico, por esta razón se espera que, por medio de la promoción, este cantón se convierta en un icono turístico potencial.

**Palabras clave:** plan de promoción turística, atractivos turísticos, demanda turística, San Lorenzo del Pailón. Ecuador .

### **Abstract**

The main objective of this research is to design a Tourism Promotion plan for San Lorenzo del Pailón County in Esmeraldas Province for increasing the volume of tourists and improving the quality of life of the local residents. The county holds significant natural and cultural wealth, and thus inventories were prepared regarding attractions specified by Ministry of Tourism in order to identify the locations with the greatest potential. Tourism activities are available, but the residents are not aware of how to take advantage of the resources that nature offers, and therefore the County has not been able to position itself as a point of reference for Tourism, and it is hoped that the promotion of the county will convert it into a potential tourism icon.

**Keywords:** tourism promotion plan, tourism attractions, tourist demand, , San Lorenzo del Pailón, Ecuador

## 1. Introducción

La promoción turística hace referencia a la difusión de un lugar como destino turístico, y toma mayor importancia porque incentiva la llegada de visitantes, los cuales generarán ingresos económicos y tiende a mejorar la calidad de vida de la población. Además, la promoción ayuda a que los turistas conozcan los recursos y servicios que posee un determinado lugar, es decir los productos turísticos que posee. En este sentido, el producto turístico es el “conjunto de prestaciones, materiales o inmateriales, que se ofrece al mercado con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas” (Montaner Montejano, 1998: p. 287).

La oferta turística es el conjunto de productos turísticos y servicios que se ponen a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (Sancho, 1998). A este conjunto es necesario añadirle un desarrollo adecuado de la promoción orientada hacia los potenciales consumidores. Boullón (1997) añade como característica de la oferta turística a la comercialización.

Para Acerenza (2005) definir a la promoción no es nada fácil, en virtud que es un término que frecuentemente se confunde con otras actividades del marketing que tienen funciones muy parecidas. Kotler (1974) estableció que la promoción comprende todos los instrumentos de la combinación persuasiva. Por ello, la promoción es utilizada para dar a conocer al consumidor los productos que ofertan por medio de publicidad agresiva, para que sus artículos puedan ser vendidos y consumidos. Lickorish & Jenkins (1997: p. 157) definen al “marketing” como un término relativamente reciente en el mundo contemporáneo de los grandes negocios, de las operaciones y de las altas tecnologías, donde la empresa orientada al marketing asegura de que este tenga implicaciones en sus actividades principales, desde la fabricación del producto hasta la venta del cliente.

Este trabajo tuvo como objetivo promover los atractivos turísticos del Cantón San Lorenzo del Pailón por medio de un plan de promoción basado en un diagnóstico de la oferta y demanda turística del lugar. La importancia de este trabajo radica en que el turismo es una industria a nivel mundial que se ha convertido en un motor en el desarrollo económico de los pueblos, por el valor agregado que da a las diferentes zonas donde se practica esta actividad. En este sentido, el Cantón San Lorenzo, ubicado al noroccidente de la Provincia de Esmeraldas, Ecuador,

posee un clima húmedo- tropical y cuenta con varios atractivos turísticos, llenos de encanto y belleza natural, que permite que propios y extraños disfruten de su biodiversidad (GAD San Lorenzo del Pailón, 2012), y que requieren ser promocionados. Además, mantiene características especiales, las cuales le permiten ser un potencial referente para atraer a turistas a conocer la tierra del sol y la lluvia, con sus manglares, ríos y playas.

En este cantón se encuentran hombre y mujeres luchadores, que se dedican a la pesca, recolección de concha y al comercio informal para llevar el sustento diario a sus familias. Es por ello que esta investigación se enfoca en la promoción de sus recursos, a través de la creación de material promocional para ayudar a la difusión de sus atractivos y dar a conocer la riqueza natural y cultural, de manera que se fomente el desarrollo de la actividad turística, brindando oportunidades al desarrollo socio económico de la población.

## 2. Historia y características del Cantón San Lorenzo del Pailón

Antes de describir brevemente la historia y características del cantón, y para una mayor comprensión se especifica que la distribución política-administrativa del Ecuador, está compuesta por 24 provincias (división territorial de primer nivel), cada una de éstas está compuesta por varios cantones que es una división territorial de segundo nivel (221 en total) y cada uno de éstos por parroquias, que es una división territorial de menor rango.

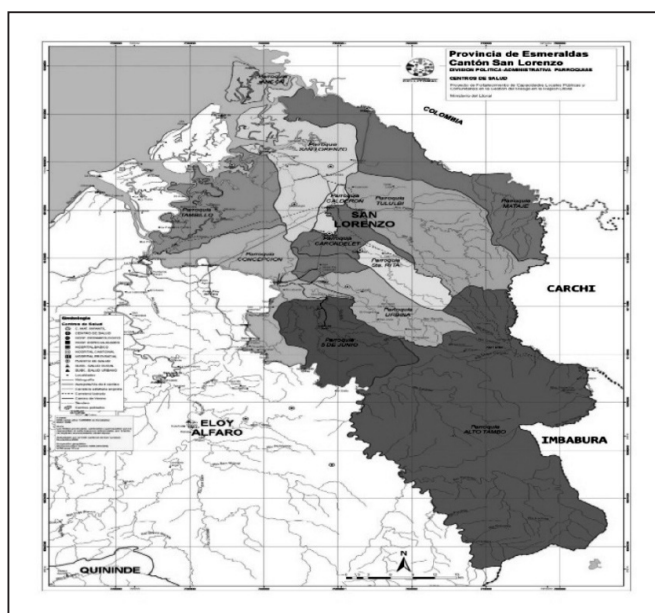
Según el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) de San Lorenzo (GAD San Lorenzo del Pailón, 2012), en la época de la colonia española, los territorios que comprenden el cantón fueron visitados por ilustres personajes como el Barón de Carondelet o José de Caldas, quien hizo un estudio de la flora existente y trazó un camino para comunicar a los pueblos del norte de Esmeraldas con la Sierra, dándole a esta última una salida al mar.

De acuerdo con la ley de división territorial de 1861, Esmeraldas toma la categoría de provincia con un solo cantón, y éste con seis parroquias. Esta misma Ley incorpora a San Lorenzo a la provincia de Imbabura, satisfaciendo así la aspiración de ésta de tener un puerto en la costa esmeraldeña. La administración de San Lorenzo del Pailón paso a la Provincia de Imbabura, pero por la falta de vías de

acceso a esta provincia, el Congreso Nacional le devolvió el cantón a Esmeraldas.

En 1869, los territorios del cantón fueron entregados a la compañía inglesa “Ecuador Land”, como pago de la deuda inglesa del país, lo que convirtió a la población local en colonos de sus tierras, privándolos de los derechos establecidos en la Constitución. Los ingleses eran los únicos que tenían acceso a las actividades económicas, por lo cual llegaron a tener su propia moneda, llamada pailón, situación que duró hasta el año de 1930, en que las tierras fueron devueltas al Ecuador.

Actualmente, se encuentra ubicado en la Provincia de Esmeraldas, siendo su cabecera cantonal San Lorenzo del Pailón (Figura 1). Limita al norte con la República de Colombia, al sur con el Cantón Eloy Alfaro, al este con la Provincia del Carchi y al Oeste con el Océano Pacífico. Está dividido políticamente en doce parroquias: Ancón de Sardinias, San Javier, Tululbí, Mataje, Tambillo, Calderón, Santa Rita, Urbina, Alto Tambo, Cinco de Junio, Concepción y Carondelet.



**Figura 1:** Ubicación Cantón San Lorenzo. Fuente: Gobierno Municipal del Cantón San Lorenzo

El cantón San Lorenzo del Pailón cubre un territorio aproximado de 3.067,98 km<sup>2</sup>, posee un clima muy húmedo tropical, con una temperatura promedio de 25°C, y una pluviometría de 700 cc. Dentro de sus ecosistemas cuenta con manglares, guandales, playas, estuarios y lagunas, las que se encuentran dentro de la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje (REMACAM). Asimismo, cuenta con seis ríos que cruzan por su territorio: Santiago, Tululbí, Bogotá, Cachaví, Mataje y Mira

La economía del Cantón se basa en la pesca artesanal, actividades extractivas de madera, el comercio y la extracción de productos del manglar (cangrejo, concha, etc.). Estas actividades son la

principal fuente de ingresos de la población, y permiten el sustento de las familias locales.

### 3. Metodología

Se realizó una investigación inductiva-deductiva. Se aplicaron diferentes técnicas de recolección de datos: encuestas, focus group y observación directa. El focus group, permitió obtener información de las opiniones y aptitudes de personas relacionadas con el desarrollo turístico del cantón: ingeniero en turismo, ingenieros ambientales, personal municipal, presidentes parroquiales, pobladores y hoteleros. A través de la observación directa se obtuvo información para elabo-

rar las diferentes fichas de inventario de los atractivos turísticos y la gastronomía que posee el cantón, de acuerdo con la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador. Finalmente, se aplicó una encuesta para obtener información sobre la oferta y la demanda turística del cantón, y el perfil del potencial visitante. La encuesta se aplicó a 384 turistas que visitan la Provincia de Esmeraldas, se ocupó la fórmula de población infinita debido a que no existe un registro de visitantes, e incluyó nueve preguntas cerradas de selección múltiple y dicotómicas. Concluida la etapa de recolección y procesamiento estadístico de los datos recolectados, se analizaron y sistematizaron los datos para fundamentar la propuesta del Plan de promoción turística.

Lorenzo del Pailón, y los medios promocionales y las estrategias adecuadas para realizar la promoción de los atractivos más relevantes que posee la zona. También se determinó el perfil del visitante.

Las personas encuestadas manifestaron en un 56% que es la primera vez que visitan los atractivos del Cantón, situación que pone de manifiesto la necesidad de incrementar el nivel de conocimiento del cantón. El principal motivo de visita al cantón es para visitar a familiares y amigos o por trabajo (Figura 2). Y, prefieren realizar los viajes acompañados de la familia, grupos de amigos y en pareja. Los turistas consideran que regresarían a visitar los atractivos que posee el cantón (83%).

## 4. Resultados y discusión

### 4.1. Estudio de mercado

A través del estudio de mercado se determinó la oferta y la demanda que posee el cantón San

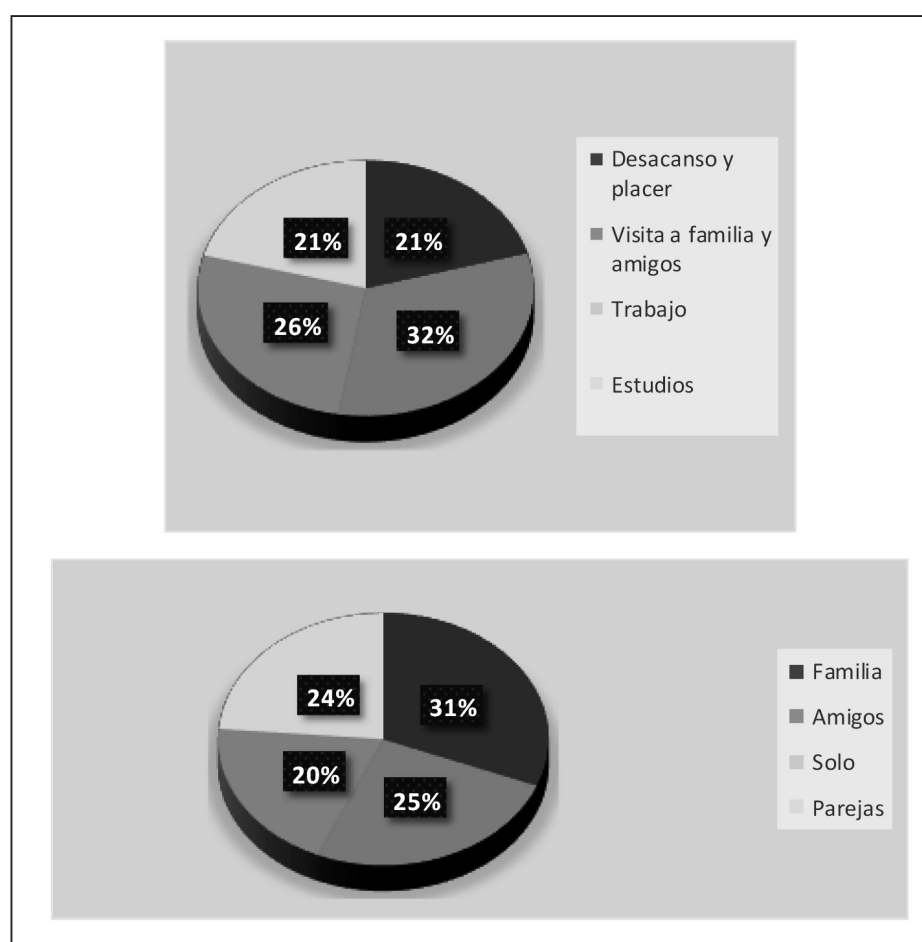
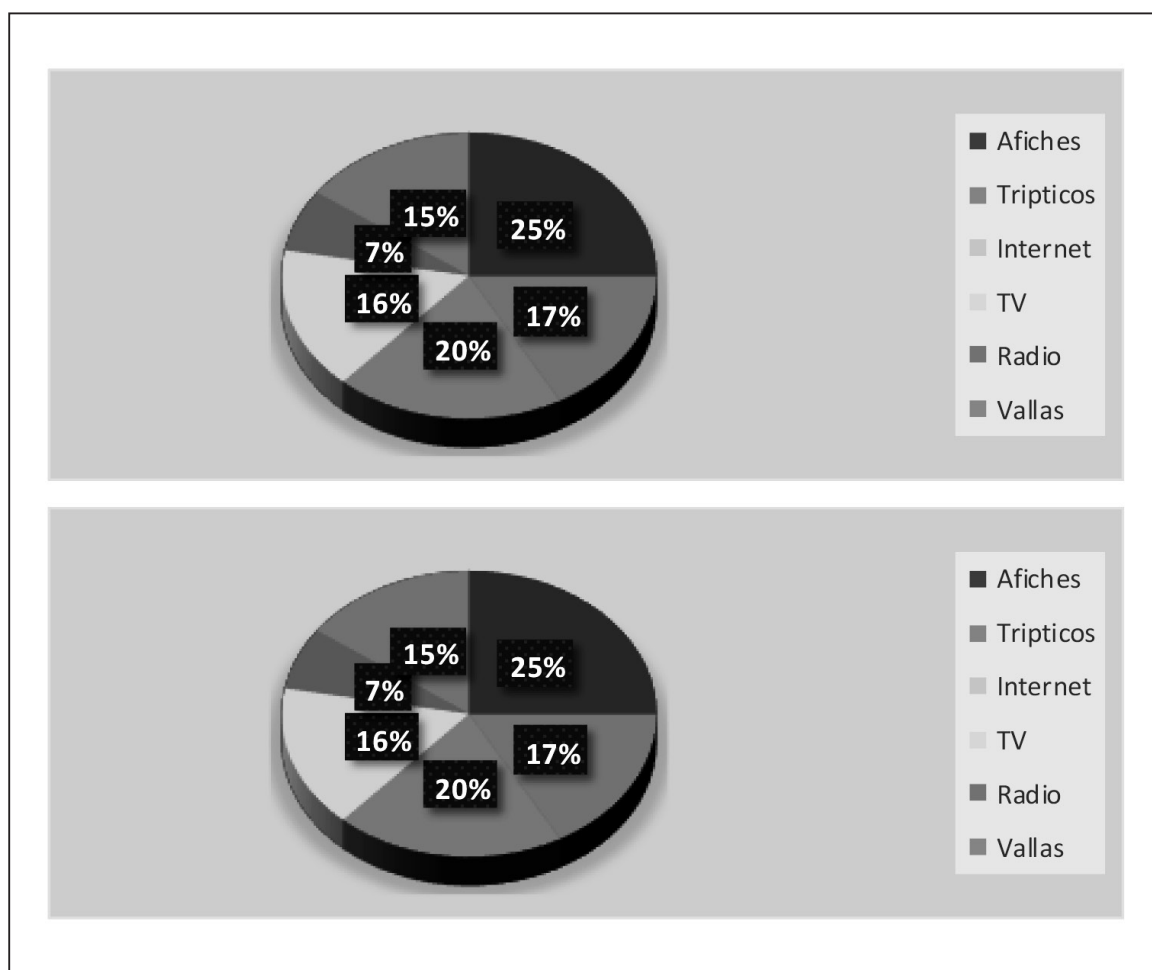


Figura 2. Comportamiento del turista

Todos los turistas concuerdan en que no existe material promocional, mostrando la necesidad e importancia de crear material publicitario con la finalidad de dotar al turista de la información necesaria para desarrollar diferentes prácticas turísticas. Se pudo evidenciar que los trípticos,

afiches e internet es el material más adecuado para la difusión de los atractivos (Figura 3). En su mayoría, los turistas encuestados han recibido una buena atención (Figura 3), pero se requiere cambiar estos datos a excelente, para así fomentar una mayor afluencia.



**Figura 3:** Material promocional y servicio

Los turistas han contado con la facilidad de la señalética para poder visitar los diferentes atractivos que posee el cantón (61%). Además, consideran que el cantón no cuenta con la suficiente infraestructura hotelera para el alojamiento (53%), lo que causa un bajo índice de hospedaje.

El segmento objeto para la promoción del cantón son personas de 20 a 40 años de edad, tanto nacionales como extranjeros, que prefieren viajar acompañados de familiares y amigos, en busca de descanso y placer, y de disfrute del aire libre.

#### 4.2. Oferta Turística

Se identificaron los atractivos turísticos potenciales del cantón San Lorenzo del Pailón (Tabla 1), y de ellos se elaboraron las Fichas de Inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, en las mismas que se detallan las especificaciones territoriales y climáticas; se detalla la diversidad de especies de flora y fauna; se especifica el estado de conservación del atractivo y su entorno; Vías de acceso, horarios de atención, entre otros.

**Tabla 1.** Atractivos turísticos del cantón San Lorenzo

<b>Atractivos Naturales del Cantón San Lorenzo del Pailón</b>
Se analizaron ocho atractivos naturales entre cascadas, bosques, reservas, etc., de los cuales siete se encuentran en la Jerarquía II y uno en Jerarquía III
<b>Servicios Turísticos</b>
Dentro de la Planta Hotelera se cuenta con 24 hoteles con capacidad adecuada para los visitantes registrados en el Ministerio de Turismo.
En el Cantón existen 20 restaurantes, de los cuales tan sólo tres se encuentran registrados, los demás no se encuentran en Catastro.
<b>Vías de acceso</b>
Vía Región Interandina San Lorenzo- Carchi- Ibarra
Vía Marginal del Pacífico Esmeraldas – San Lorenzo
<b>Medios de transporte</b>
8 cooperativas interprovinciales
2 cooperativas locales
<b>Seguridad</b>
La seguridad se encuentra conformada por: Policía Nacional, Armada Nacional, Voluntario Sociedad civil
<b>Gastronomía</b>
La gastronomía del Cantón cuenta con una diversidad propia de la zona como: Encocado de pescado, Encocado de Guanta, Bala Mixta, Encocado de raya, arroz con coco, Bebida Chocolate, Sopa de Raya, Agua Zurumba, Encocado de pescado salado, cada plato con sus ingredientes y características propios.

#### 4.3. Propuesta de promoción y distribución turística

El Cantón San Lorenzo del Pailón ya posee una marca que lo identifica (“Tierra del sol y la Lluvia”), pero que en la actualidad no está siendo utilizada para los fines turísticos, por cual el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal autorizó la utilización de la marca para el desarrollo del proyecto de promoción turística del Cantón. A continuación, se presenta el material elaborado.

##### 4.3.1. Tríptico y afiches

El tríptico fue diseñado por Ivette Chuquiza-la, diseñadora gráfica (Figura 4). En cada una de las tres partes, cuenta con información específica y clara de los diferentes atractivos que posee el Cantón San Lorenzo del Pailón, “Tierra del sol y la Lluvia”.



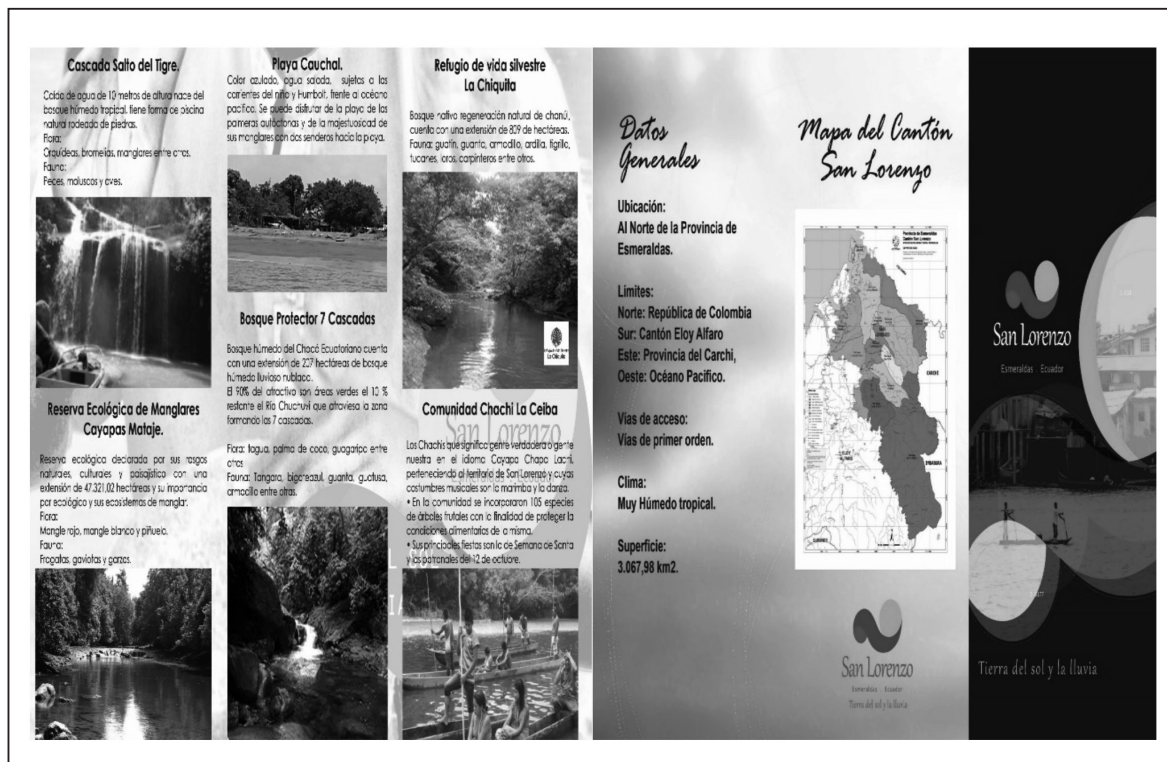


Figura 4: tríptico promocional del cantón

Las fotografías de los afiches fueron tomadas de los archivos del GAD Municipal del Cantón San Lorenzo del Pailón, quien los facilitó para su utilización con fines de promoción (Figura 5). El

diseño muestra la naturaleza y cultura que posee el Cantón, el afiche se lo deberá imprimir en un formato A3 para así obtener una mejor visualización de la imagen.



Figura 5. Afiches promocionales

#### 4.3.2 Medios audiovisuales: Página Web y televisión

Se propuso para la página web de promoción turística del cantón que en su portada se incluyan los siguientes elementos: misión, visión; ubicación e historia; información de los atractivos naturales, culturales y gastronómicos; fotografías de los atractivos; servicios de hospedaje, alimentación y bebida;

contactos: números de teléfono y correo electrónico para información previa. Inicialmente, la página web contará con información en idioma español.

En la Figura 6 se muestra la propuesta de diseño de la portada de la página web del cantón San Lorenzo del Pailón. La fotografía fue tomada de los archivos del GAD Municipal.



**Figura 6.** Página promocional del cantón

Para difundir los atractivos turísticos del cantón se propone la elaboración de un comercial dirigido a los televidentes nacionales, el cual tendrá una duración de 30 segundos. El guion elaborado incluye:

- Despliegue de la marca con una toma del malecón y del parque.
- Ubicación geográfica
- Desglose de los diferentes atractivos, cada uno con una toma del lugar
- Al final saldrá el slogan con una frase que despierte la atención de los televidentes “visita la Tierra del sol y Lluvia”.

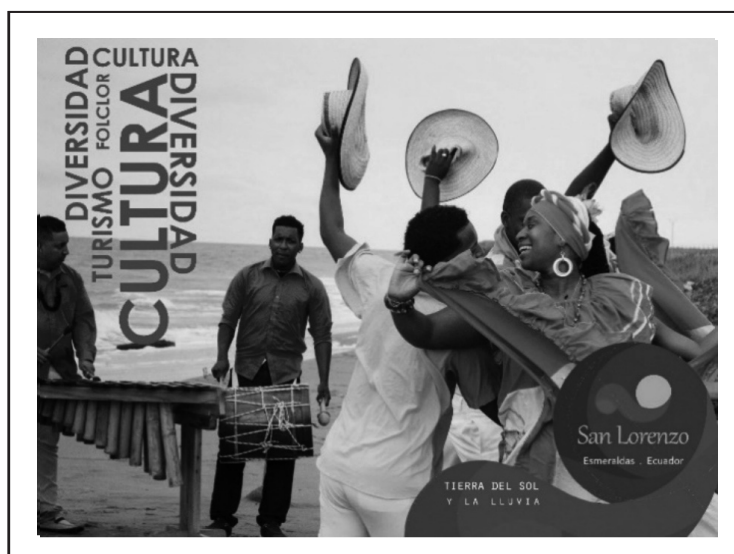
Se seleccionó como medio para la promoción inicial al canal estatal Ecuador TV, que transmite

a nivel nacional (en todas las provincias del país). En este medio el paquete tiene un precio de USD 2.020,86, la contratación del servicio incluye: transmisión bloque A de 10 spots diarios, horario 06H00 a 12H59; transmisión bloque B de 8 spots, horario 13H00 a 17H59 y, transmisión bloque C de 12 spots, horario 18H00 a 23H29.

#### 4.3.3. Valla publicitaria

La valla publicitaria diseñada muestra la riqueza de la cultura del lugar (Figura 7), identificando su baile tradicional de Marimba y la alegría del pueblo afro. La fuente de la fotografía es la revista Vistazo. Las dimensiones de la valla son de 5x4 m, y se colocará en lugares estratégicos del cantón, en la entrada Lita – San Lorenzo y en la Y de Calderón, desvío a la Provincia de Esmeraldas.





**Figura 7.** Valla publicitaria

#### 4.4. Estrategias de promoción turística

Según Kotler, las estrategias a utilizar son publicidad y promoción, entendiendo la publicidad como generar conciencia del producto entre los primeros adoptantes y distribuidores; y, promoción como usar una fuerte promoción de ventas para estimular las pruebas. Actualmente las estrategias planteadas, dentro del ciclo de vida del producto según Kottler

(introducción, crecimiento, madurez y declinación) se encuentran en introducción, que es cuando se lanza un nuevo producto al mercado. Las estrategias de promoción turística recogidas en la Tabla 2 cumplen con las estrategias antes mencionadas. El financiamiento del proyecto lo realizará el GAD Municipal del Cantón San Lorenzo del Pailón y será puesto en marcha a partir de septiembre del 2017.

**Tabla 2.** Estrategias de promoción turística propuestas y presupuesto

Estrategia	Actividad	Meta	Medio verificador	Presupuesto (US \$)
Impresión de trípticos	Mostrar los atractivos a los turistas	Mostrar la informar los diferentes atractivos del Cantón.	4.000 trípticos impresos	400.00
Impresión de afiche	Dar a conocer a los turistas	Posicionar la Marca	4.000 afiches impresos	640.00
Mantenimiento de la página y hosting	Mostrar una página interactiva a los turistas nacionales y extranjeros.	Atraer turistas Nacionales y Extranjeros.	Ing. En Sistemas 1 página Ecuahosting – 1 vez al año	1100.00
Televisión (realizar un comercial)	Se lo realizará por medio de un comercial hacia los televidentes Nacionales.	Mostrar y motivar al televidente que visite al Cantón.	Spots publicitario Ecuador TV. 10 spots diarios en la franja A. 8 spots diarios en la franja AA 12 spots diarios en la franja AAA.	2020.86

Impresión y colocación de la valla	Se mostrará la marca por medio de un diseño Plasmado en una lona de 5x4 a los públicos de tránsito.	Posicionamiento de la marca	1 valla colocada en el Ingreso del Cantón	500.00
Colocar estructura para la Valla	Se colocará la estructura en lugares estratégicos para una buena visualización	Posicionamiento de la marca	Induvallas (Quito) 1 estructura	18000.00
Realizar Capacitaciones	Se capacitará a todos los involucrados en la actividad turística.	Mejorar la prestación de servicios hacia los turistas.	Expositores 1 vez al año	600.00
			<b>Total</b>	<b>23260.86</b>

## 5. Conclusiones

Fue posible identificar ocho atractivos potenciales, tanto naturales como culturales, mediante la elaboración del inventario turístico y su jerarquización. Entre los principales se encuentran: cascada El Salto del Tigre, Reserva Ecológica Cayapas Mataje, playa de Cauchal y la comunidad Chachi la Ceiba.

Mediante la encuesta realizada se logró identificar la necesidad de crear material promocional

para contribuir con el desarrollo turístico y socio económico del Cantón. Las estrategias de promoción realizadas incluyeron: trípticos, afiches, página web, comercial de televisión, vallas publicitarias y capacitaciones.

El segmento objeto se lo determinó que son hombres y mujeres de 20 a 40 años de edad, turistas nacionales y extranjeros que prefieren viajar acompañado de familiares y amigos, en busca de descanso y placer y Disfrutar del aire libre.

## Referencias

- Acerenza, M. A. (2005). *Promoción Turística un enfoque metodológico*. En: Acerenza, M. A.(ed.), *Promoción Turística un enfoque metodológico*. Madrid, España: Trillas.
- Boullón, R. (1997). *Planificación del Espacio Turístico*. México, Trillas.
- GAD San Lorenzo del Pailón. (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Lorenzo del Pailón*. Esmeraldas, Ecuador.
- Kotler, P. (1974). *Dirección de mercadotecnia*. (2ª ed.). México, D.F.: Editorial Diana.
- Lickorish, L. J. & Jenkins, C. L. (1997). *Una introducción al turismo*. Madrid, España: Síntesis.
- Montaner Montejano, J. A. (1998). *Diccionario de Turismo*. Madrid, España: Síntesis.
- Sancho, A. (1998) *Introducción al Turismo*. Madrid, España: OMT.